



Seit Jahrzehnten – persönlich gelebte Beratung und Expertise

Die LEIBLE Versicherungs-Vermittlung berät und betreut in zweiter Generation bereits seit über vierzig Jahren rund um die Themen Absicherung und Vorsorge. Dabei setzt das Unternehmen auf umfassendes Know-how und agiert für seine Kunden als Allrounder.

➔ Sie sind seit über dreißig Jahren in der Versicherungsbranche tätig. Was zeichnet Ihr Unternehmen besonders aus?

Mein Vater, Konrad Leible, eröffnete am 01. Oktober 1970 zusammen mit seinem Schwager, Gerhard Weißkopf, ein Versicherungsmaklerbüro und die beiden starteten in Offenburg mit null Kunden. Schon damals interessierten sie sich für Versicherungsvergleiche.

Mein Vater war im Außendienst aktiv und kümmerte sich um die Kundenberatung, mein Onkel war für das gesamte Backoffice verantwortlich. Dazu gehörten schon damals die Be- und Auswertung der Verträge und das Einholen von Vergleichsangeboten bzw. Versicherungsverwechselangeboten. Das Unternehmen florierte und wurde ausgebaut. Ab 1972 führte mein Vater das Unternehmen alleine.

1990 schloss ich meine Ausbildung zum Versicherungskaufmann im väterlichen Unternehmen erfolgreich ab und absolvierte meinen Wehrdienst, bevor es mich 1992 zur Condor Lebensversicherung nach Hamburg zog. Dort erlernte ich in der Abteilung „Verkaufsförderung“ das Handwerkszeug für die Bereiche private und betriebliche Altersversorgung. Seit Januar 1993 bin ich schließlich für das eigene Haus tätig und somit seit insgesamt nunmehr

24 Jahren in der Branche. Durch die Jahrzehnte lange konstante Kundenberatung hat sich zu sehr vielen Kunden ein großes Vertrauensverhältnis in Absicherungs- und Versicherungsfragen sowie darüber hinaus bis in private Bereiche aufgebaut. Die Kunden wissen, dass sie für ihre Anliegen in der Regel am gleichen Tag bzw. am folgenden Tag die passende Lösung erhalten; dies rechtfertigt das Vertrauensverhältnis umso mehr.

➔ Haben Sie sich im Laufe der Jahre auf ein Gebiet spezialisiert?

Nein, das war zu keiner Zeit ein Thema. Bereits bei meinem Eintritt betreuten wir Kunden mit den verschiedensten Anforderungen und Berufs- und Tätigkeitsbereichen. Somit ergab sich frühzeitig ein bunter Mix aus Privat- und Geschäftskunden. Täglich kommen in Verbindung damit neue Anforderungen und Fragestellungen auf uns zu, die es umfassend und kompetent abzudecken gilt. Dieses Konzept hat sich bis dato sehr gut bewährt. Wir sind sehr breit aufgestellt und dadurch entsprechend unabhängig in unserer Tätigkeit und unseren Entscheidungen. Meine persönlichen Interessenschwerpunkte liegen in der Berufsunfähigkeitsabsicherung sowie der Altersversorgung.



➔ Gibt es eine Konzentration auf eine bestimmte Zielgruppe?

Nein, wir konzentrieren uns auch nicht auf bestimmte Zielgruppen. Dies ergibt sich aus der Historie und unserer „bunten Kundenstruktur“. Dies ist so gewachsen und unveränderbar. Ich bin sicher, dass wir dadurch unabhängiger von Marktschwankungen agieren können und frei in unseren Entscheidungen sind. Die Unabhängigkeit und Freiheit war nicht nur den Gründern sehr wichtig, sondern ist es auch für mich bis zum heutigen Tag.

➔ Kunden sind heute durch die moderne Informationstechnik sehr gut informiert. Wie hat sich die Kundenberatung in Ihren Augen verändert?

Durch das bessere Wissen der Kunden, was ich bzw. wir durchaus schätzen, entstehen fachlich qualitativ hochwertigere Gespräche. Kritisches Feedback sorgt regelmäßig für eine weitere Verbesserung der Beratungsqualität. Darüber hinaus werden nicht mehr so viele Kilometer und Stunden auf der Straße verbracht, da die Onlineberatung einen immer größer werdenden Stellenwert einnimmt. Dadurch bleibt auch etwas mehr Zeit für andere Bereiche; für mich persönlich der Bereich „sportliche Aktivitäten“. Fit zu sein und zu bleiben, erachte ich als Grundvoraussetzung für den Berufsalltag.

➔ In Ihrer langjährigen Laufbahn haben Sie sicherlich verschiedenste Kundenstrukturen und ein verändertes Kundenverhalten erfahren. Welches Fazit ziehen Sie?

Das „Verhalten“ der Kunden ist nach wie vor (oder eher mehr denn je) auf Absicherung und Sicherheit eingestellt. Der Kunde verlangt aufgrund seiner Vorkenntnisse öfter nach einem bestimmten Produkt. Der Kunde ist zwar „preissensibler“ als in früheren Jahren, allerdings auch leistungsbewusster. In früheren Jahren trat die Leistung oft in den Hintergrund. Doch das hat sich durch die „Regulierungswut“ der letzten Jahre – allem voran der Vermittlerrichtlinie – stark verbessert.

Daher bewerten wir die Veränderungen in Summe als sehr positiv. Der „kluge“ Kunde weiß, dass Leistung „Geld“ kostet und ein ausschließlich „billiger“ Preis auf Dauer „teuer“ werden kann.

➔ Auf Ihrer Homepage sind Videos eingebunden – ebenfalls die Signets der sozialen Netze. Wie ist Ihre Erfahrung damit?

Die sozialen Netzwerke stellen einen enormen Kommunikationskanal dar. Das erleben wir tagtäglich auf XING, Facebook und Twitter. Diese Form der Kommunikation ist für uns schon heute nicht mehr wegzudenken und wird sich sehr wahrscheinlich weiter stark verändern. Wir nutzen diese „neue Welt“ parallel zur „alten Welt“ mit viel Freude. Wobei wir „alt“ dabei keinesfalls negativ bewerten wollen. Die „alte Welt“ überwiegt derzeit noch, weshalb wir in unseren Geschäftsräumen wochentags persönlich erreichbar sind; Samstag oder am Abend nach Terminvereinbarung.

➔ Spüren Sie einen hohen Grad der Verunsicherung bei Ihren Kunden in puncto eigener Altersvorsorge und wie würden Sie die Bereitschaft bezeichnen, noch mehr Geld für später zurücklegen zu müssen?

Wir spüren einen gewissen Grad der Verunsicherung und denken, dass wir alle bereits ein wenig daran gewöhnt sind. In den beiden Folgejahren nach Beginn der Finanzkrise kam uns diese Verunsicherung jedoch stärker vor. Die Bereitschaft der Kunden, Geld für später zurückzulegen, ist ausschließlich dann vorhanden, wenn die Kunden die Folgen mangelnder Einnahmen im

Alter kennen. Das ist dann der Fall, wenn Kunden – zum Beispiel durch entsprechende Beratung – gut informiert sind. Unwissenheit schürt leider Vorurteile!

➔ In Deutschland und auch in der Branche wird das Problem qualifizierter Nachwuchskräfte beklagt. Wie empfinden Sie diese Entwicklung? Wie wirken Sie hier entgegen?

Wir hatten in den letzten 20 Jahren nahezu jedes Jahr einen oder zwei Auszubildende. In diesem Jahr nun bilden wir zum ersten Mal nach dieser langen Zeit nicht aus. Ich bin stolz auf ein tolles Team im Büro, das die Aufgaben jeden Tag mit Begeisterung löst.

Wann wir wieder ausbilden möchten, können wir heute noch nicht sagen. Eines der Hauptprobleme unseres Berufsstandes ist ganz gewiss, dass unsere Branche – leider und teilweise auch zu Recht – einen sehr schlechten Ruf hat. Hier müssten im Gesamten die Zeichen auf Veränderung stehen.

➔ Wie sieht Ihrer Meinung nach das Berufsbild des freien Versicherungsmaklers in Zukunft aus?

Dieser Beruf wird sich durch die Vielzahl der Möglichkeiten „noch elektronischer“ gestalten. Dies bewerte ich einerseits gut, andererseits darf die „alte“ Offlinewelt keinesfalls in Vergessenheit geraten. Unsere Kunden kaufen nicht unsere Produkte, sondern in erster Linie uns und unsere Beratung und das damit verbundene Know-how. Bei der Vielzahl bisheriger und wahrscheinlich noch folgender Regulierungen sind weitere Prognosen für mich nahezu unmöglich.

➔ Vielen Dank für das interessante Gespräch.



Ralf Leible

tif 2012

transparenz in finance

experten
netzwerk GmbH

LEIBLE GmbH VERSICHERUNGS-VERMITTLUNG

Schillerstraße 17, 77654 Offenburg, Telefon +49 781 31038

Telefax +49 781 33464, www.leible.net